

**ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МАЛЫХ И КРУПНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ – ФАКТОР РАЗВИТИЯ
МАЛОГО БИЗНЕСА**

А. Герасименко, 3 курс

Научный руководитель – Н.В. Лягуская, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Взаимодействие малого и крупного бизнеса не только является взаимовыгодным, но и необходимым для успешного развития экономики любой страны. Крупный и малый бизнес позволит реализовать экономический потенциал малых предприятий, повысить эффективность их финансово-экономической и производственно-хозяйственной деятельности, тем самым улучшить динамику количественных и качественных показателей хозяйственной деятельности, где к наиболее распространённым видам промышленной кооперации относят аутсорсинг и субконтрактинг[1].

Следует отметить, что на базе крупных предприятий реального сектора предпринимательская деятельность наиболее часто возникает в виде следующих форм, что представлено в таблице.

Таблица – Формы предпринимательской деятельности в Республике Беларусь

Интрапренерство	Создание небольшого, временного коллектива для реализации или под разработку проекта, необходимого для повышения технического уровня большого предприятия
Инкубаторство	Малому предприятию, предоставляется денежные средства для помощи на этапах ее становления
Сателлитная форма	Организация дочерних фирм, сохраняющая “родственные связи”, образование которых осуществляет на базе юридических и экономических малых фирм,

Примечание – Источник: собственная разработка на основании[2]

В настоящее время в рыночных условиях существует объективная необходимость интеграции, взаимодействия крупного и мелкого бизнеса. Для этого компании используют основные договорные формы взаимодействия – субподрядные, франчайзинговые, лицензионные, лизинговые соглашения, а также механизм венчурного финансирования.

Франчайзинг предполагает интеграцию ресурсов малые предприятия и крупного бизнеса в области маркетинга. Лицензирование позволяет им получить необходимые технологии производства от крупных компаний либо реализовать собственные интеллектуальные активы, так как лизинг решает проблему обеспечения эти предприятиям основными фондами в случае капитальных затрат, а также дает возможность крупным компаниям–производителям организовать сбыт собственной продукции. При венчурном финансировании организовывается совместная работа малых и крупных предприятий при реализации проектов с повышенным уровнем риска [2].

В Беларуси франчайзинг не получил пока должного распространения. В Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь зарегистрировано 142 договора. Причем количество вновь заключаемых договоров в 2015 году сократилось более чем в 2 раза, по отношению к прошлому году, то есть с 32 до 15. Сегодня в Беларуси работает 32 франчайзера, а 121 предприятие имеет ограничения[5].

Рассмотрим число индивидуальных предпринимателей, работающих по договорам франчайзинга на рисунке 1.

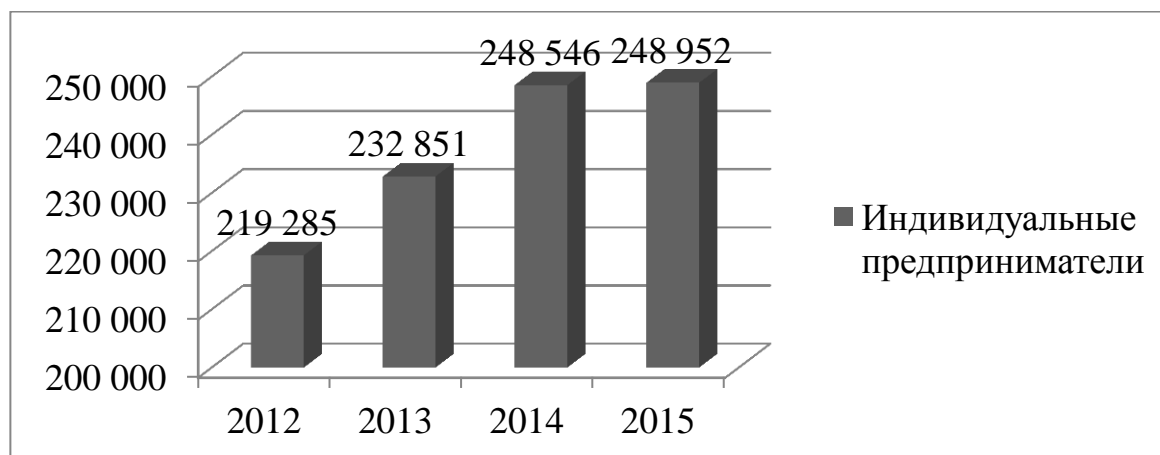


Рисунок – Количество индивидуальных предпринимателей в РБ за 2012–2015 гг.

Примечание–Источник: собственная разработка на основании[4]

По данным рисунка видим, что заниматься бизнесом в нашей стране становится всё более выгодно. Об этом свидетельствует значительный рост числа индивидуальных предпринимателей в стране. Если в 2012 году их список насчитывал 219285 человек, то к 2015 году 248952, что больше на 13,5%. Если рассматривать 2014– 2015 год, то изменения практически не был, то есть отклонение 2015 года к 2014 году составило лишь 0,16%, на что повлияло увеличение налоговых ставок по видам деятельности малого бизнеса[4].

Анкетный опрос руководителей шести крупных машиностроительных предприятий Беларуси, таких как РУП «Минский автомобильный завод», ОАО «Тормозная аппаратура и механизмы», ПО

«Минский тракторный завод», РУП «Гомсельмаш», ОАО «Горизонт», ЗАО «Атлант», проведенный в ноябре–декабре 2014 года, подтвердил, что кооперационные связи крупных предприятий с малым бизнесом не развиты.

Поскольку крупные предприятия, которые в большинстве своем входят в состав концернов или курируются соответствующими министерствами, в основном взаимодействуют между собой и не развивают отношения с малым бизнесом. Ведомственный подход лежит и в основе распределения материальных и финансовых потоков. Малые частные предприятия, которые, как правило, не имеют ведомственной подчиненности, зачастую воспринимаются не как партнеры, а как конкуренты[3].

Уровень развития франчайзинговых отношений во многом определяется низкими производственными возможностями субъектов малого бизнеса, их неготовности своевременно и качественно обеспечить потребности крупных предприятий.

Налаживание отношений между малыми и крупными субъектами необходимо, что будет давать возможности для усиления работы в секторе малого бизнеса. Это также создает условия для качественного развития крупных производств, их быстрой переориентации на постоянно изменяющиеся потребности рынка нашей страны.

Список использованных источников

1. Экономика, организация и управление предприятием: учебное пособие. – М.: ИФРА–М, 2012, – 455с.
2. Балашевич М.И., Быкова Т.П. Экономика малого бизнеса: Учеб. Пособие. – Мн.: БГЭУ, 2011.
3. Щитникова И.В. Экономика малого бизнеса. Методические рекомендации по проведению практических и семинарских занятий. – Мн.: БГЭУ, 2014.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]/ Малое и среднее предпринимательство в РБ 2015 г. – <http://www.belstat.gov.by> – Дата доступа: [24.02.2016].
5. Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь [Электронный ресурс]/ Франчайзинг в РБ 2015 г. – <http://www.belgospatent.org.by> – Дата доступа: [01.03.2016].